

Pelatihan Visualisasi *Branding* Pada UMKM Anibang Kecamatan Jati Indah Kabupaten Lampung Selatan

Melda Agarina¹⁾, Sutedi^{2)*}, Ochi Marshella Febriani³⁾, Arman Suryadi Karim⁴⁾

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾ Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jl. ZA. Pagar Alam No.93, Kedaton, Kota Bandar Lampung, Lampung

¹⁾ agharina@darmajaya.ac.id

²⁾ sutedi@darmajaya.ac.id

³⁾ ochimarshella@darmajaya.ac.id

⁴⁾ armansuryadi@darmajaya.ac.id

Jejak artikel:

Unggah artikel 5 November 2023;
Perbaikan 8 November 2023;
Diterima 9 November 2023;
Tersedia online 10 November 2023

Kata kunci:

Branding
UMKM
Visualisasi

Abstrak

UMKM Anibang merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner, Adapun produk dalam UMKM tersebut diantaranya Olahan keripik pisang, Selai Pisang dan Olahan Bakpao, Pelatihan visualisasi branding bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Anibang di Kecamatan Jati Indah Kabupaten Lampung Selatan dapat menjadi langkah yang sangat penting untuk membantu mereka membangun citra merek yang kuat dan menarik. Adapun materi yang disampaikan dalam pelatihan ini terdapat 8 pokok pembahasan yaitu (1) Konsep dasar branding, (2) Menentukan Identitas Merek (3) Desain Logo dan Identitas Visual, (4) Desain Materi Pemasaran (5) Penggunaan Media Sosial (6) Fotografi Produk (7) Pengenalan alat desain grafis (8) Strategi Pemasaran Visual. UMKM Metode pelatihan yang digunakan adalah dengan pendekatan praktikum langsung dan per kelompok usaha. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM di Anibang mampu memahami dan mengikuti pelatihan dengan baik serta menghasilkan luaran berupa visualisasi serta inovasi produk baru bagi UMKM

I. PENDAHULUAN

Penguasaan ilmu bidang informasi dan teknologi (IT) merupakan sebuah kebutuhan dalam menghadapi era globalisasi ini. Menurut Purwanto (2017) kemajuan teknologi sesuatu yang tidak kita hindari dari kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Penggunaan teknologi saat ini sudah semakin meluas hingga keseluruhan elemen masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa tanpa terkecuali, teknologi banyak digunakan sebagai alat bantu manusia dalam melakukan pekerjaan sehari-hari. Berbagai teknologi diciptakan salah satunya dalam hal desain grafis.

Desain grafis adalah suatu bentuk visual yang menggunakan media gambar untuk menyampaikan atau mempromosikan suatu barang agar menjadi lebih efektif. Visual yang tercipta diharapkan dapat menjadi sarana penyampaian informasi atau pesan jelas dan efektif. Desain idealnya menyejahterakan manusia. Berbagai penelitian desain baik dalam hal rancangan, proses, dan hasil dilakukan guna menghasilkan desain yang lebih baik. Salah satu penelitian desain terhadap hasil ialah kajian atas beredarnya karya desain. Logo merupakan karya desain yang melibatkan unsur desain (bentuk, warna, tekstur, ruang) yang berfungsi sebagai identitas suatu entitas untuk membedakannya dengan yang lainnya. Logo dalam fungsinya sebagai identitas visual utama dalam branding, dituntut agar merepresentasikan suatu entitas secara visual baik secara langsung atau abstrak.

Secara Estetis, logo harus berbeda dan menjadi ciri khas dari suatu brand. Fenomena menarik yang nampaknya kurang sejalan dengan peran desain logo dalam branding terdapat pada brand UMKM Anibang. Produk dalam kategori yang sama yakni makanan seperti Olahan Pisang, Bakpao dan Pisang Salai yang belum terdapat desain logo maupun kemasannya masih menggunakan kantong plastik.

* Corresponding author

Saat ini masih banyak UMKM yang belum membangun *branding* produknya dengan baik sejalan oleh pernyataan Sudarwati dan Satya (2013:100) bahwa pengembangan *brand* UMKM harus dilakukan oleh pelaku UMKM jika ingin tetap bertahan dalam persaingan global.

Dalam Kegiatan ini tim pengabdian membuat desain logo kemasan untuk UMKM Anibang agar memiliki identitas terhadap produk yang di miliki serta membuat kemasan menjadi lebih menarik dengan adanya desain logo. . Adapun materi yang disampaikan dalam pelatihan ini terdapat 8 pokok pembahasan yaitu (1) Konsep dasar *branding*,(2) Menentukan Identitas Merek (3)Desain Logo dan Identitas Visual, (4)Desain Materi Pemasaran (5)Penggunaan Media Sosial (6)Fotografi Produk (7)Pengenalan alat desain grafis (8)Strategi Pemasaran Visual.

Diharapkan , setelah mengikuti pelatihan ini, dapat menjadi langkah yang mendukung serta membantu mereka membangun citra merek yang kuat dan menarik. .Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga sejalan dengan program pemerintah dalam meningkatkan kualitas UMKM dan pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan bisnis. Selain itu, kegiatan ini juga berkontribusi dalam pemberdayaan.

II. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan menggunakan 2 metode yaitu pembelajaran secara langsung dengan model pembelajaran langsung berdiskusi berdasarkan permasalahan dari UMKM dan Pemberian Tugas adapun pembahasan materi terdapat 8 topik yaitu :

1. Pengenalan *Branding*:
 - a. Konsep dasar branding.
 - b. Pentingnya branding bagi UMKM.
 - c. Studi kasus tentang kesuksesan perusahaan dengan branding yang baik.
 - d. Menentukan Identitas Merek
2. Bagaimana menentukan nilai inti dan pesan merek.
 - a. Identifikasi sasaran pasar dan audiens target.
 - b. Analisis pesaing.
 - c. Desain Logo dan Identitas Visual
3. Prinsip-prinsip desain grafis.
 - a. Pembuatan logo yang mencerminkan nilai dan visi bisnis.
 - b. Pemilihan warna, font, dan elemen visual lainnya.
 - c. Desain Materi Pemasaran
4. Desain brosur, pamflet, dan kemasan produk.
 - a. Penggunaan gambar dan grafik yang efektif.
 - b. Konsistensi dalam desain untuk menciptakan identitas merek yang kohesif.
 - c. Penggunaan Media Sosial
5. Bagaimana memanfaatkan platform media sosial untuk *branding*.
 - a. Pembuatan konten visual yang menarik.
 - b. Penggunaan hashtag dan tren terkini.
 - c. Fotografi Produk
6. Teknik fotografi sederhana untuk produk.
 - a. Penggunaan pencahayaan yang baik.
 - b. Pemilihan latar belakang yang sesuai.
 - c. Pelatihan Keterampilan Desain
7. Pengenalan alat desain grafis (Canva).
 - a. Panduan praktis untuk membuat materi pemasaran sendiri.
 - b. Strategi Pemasaran Visual:
8. Penggunaan infografis, video, dan konten visual lainnya.
 - a. Strategi *storytelling* melalui gambar.
 - b. Integrasi visualisasi branding ke dalam kampanye pemasaran.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemanfaatan teknologi informasi sebagai media pemasaran produk UMKM. Selain itu, diharapkan juga dapat memberikan dampak yang positif bagi perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat di kecamatan Jati Indah Kabupaten Lampung selatan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari kegiatan ini berdampak positif bagi UMKM. Berikut dampak positif yang didapatkan

- 1) Peningkatan Keterampilan Desain:
UMKM dapat mengembangkan keterampilan desain grafis yang memadai untuk membuat materi pemasaran yang menarik dan konsisten dengan merek mereka.
- 2) Pemahaman Lebih Mendalam tentang Merek dan Brand
 - a. Brand adalah sebuah nama, istilah, desain, simbol atau ciri-ciri yang menunjukkan identitas atau image dari suatu produk atau jasa. Branding mempunyai peranan yang penting dalam sebuah pemasaran produk.
 - b. Dengan adanya branding, produsen menunjukkan produknya mempunyai kualitas yang terpercaya. Branding sangat diperlukan oleh produsen karena dengan branding produsen sedang membuat target konsumen menjadi familiar dengan produk. Untuk itu kami membuat branding baru berupa logo dan desain kemasan
- 3) UMKM telah memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang nilai inti, misi, dan visi merek mereka setelah mengikuti pelatihan.
- 4) Penggunaan Media Sosial yang Lebih Efektif:
UMKM lebih terampil dalam menggunakan media sosial sebagai platform pemasaran visual dan berinteraksi dengan audiens mereka.
- 5) Desain Merek yang Lebih Profesional
UMKM telah menghasilkan desain logo, kemasan, dan materi pemasaran lainnya yang lebih profesional dan mencerminkan identitas merek dengan baik.
- 6) Peningkatan Pemahaman Target Pasar:
UMKM telah memahami dengan lebih baik preferensi dan kebutuhan target pasar mereka, membantu mereka mengarahkan upaya pemasaran dengan lebih efektif.
- 7) Perubahan Persepsi Pelanggan:
Pelatihan ini memberikan perubahan segera dalam persepsi pelanggan terhadap merek, meningkatkan kepercayaan dan daya tarik bagi UMKM.
- 8) Peningkatan Keterlibatan Online:
Peningkatan dalam keterlibatan online dan interaksi pelanggan setelah menerapkan strategi visual yang lebih baik di media sosial.

Dengan keterampilan desain dan pemahaman merek yang ditingkatkan, UMKM dapat menjelajahi peluang baru dalam produk atau layanan.

Dalam kegiatan pengabdian ini tim pengabdian juga berkunjung ke UMKM dan mengikuti tata cara pembuatan salai pisang mulai dari bagaimana cara membuatnya, komposisinya serta pengemasannya dan penjualan dari salai pisang tersebut. Selain itu tim pengabdian juga memberikan inovasi hasil desain logo bagi UMKM yang telah didesain oleh peserta pelatihan dan telah dilakukan koreksi serta finishing dari Tim Pengabdian serta tim pengabdian memberikan inovasi kemasan yang pertama menggunakan kantong plastik untuk kemasan Bakpao dan Salai Pisang digantikan dengan Standing Pouch serta diberikan label kemasan guna meningkatkan daya tarik pembeli.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Visualisai *Branding*

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan website untuk pemasaran produk UMKM Kecamatan Jati Indah Kabupaten Lampung Selatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil memberikan manfaat dan dampak positif bagi masyarakat setempat. Dari aspek pengembangan usaha UMKM, kegiatan pelatihan ini memberikan pengetahuan dan keterampilan baru bagi UMKM. UMKM Anibang kini memiliki inovasi berupa kemasan dan logo yang membuat produk terlihat semakin menarik serta memiliki identitas berupa logo. UMKM mendapatkan pelatihan visualisasi branding dapat lebih berdaya dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Ini membantu mencegah kegagalan bisnis dan memberikan kontribusi positif terhadap stabilitas ekonomi komunitas.

Dari aspek pengabdian masyarakat, kegiatan pelatihan ini membantu meningkatkan kualitas masyarakat setempat. Dengan meningkatkan daya saing dan kemampuan UMKM, pelatihan dapat mendukung penciptaan lapangan kerja lokal, membantu mengurangi tingkat pengangguran di komunitas tersebut. Dalam rangka meningkatkan kontribusi kegiatan pengabdian masyarakat, perlu dilakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi membantu memastikan bahwa program tersebut efektif, relevan, dan memberikan dampak yang diinginkan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Rektor IIB Darmajaya, Dr. Ir. Firmansyah Y.A., MBA.,MSc dan Ibu Kepala Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM), Dr. Sri Lestari, M.Cs. atas dukungan dan bimbingannya dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Tanpa dukungan dan arahan dari Bapak Rektor dan Ibu Kepala LPPM, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Saya sangat berterima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh tim pelaksana yang terlibat dalam kegiatan ini, para pemilik UMKM yang telah turut serta dan aktif dalam pelatihan, serta masyarakat setempat yang telah memberikan dukungan dan partisipasi dalam kegiatan ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan dampak yang positif bagi masyarakat setempat dan dapat menjadi salah satu kontribusi dalam upaya mencapai tujuan pembangunan nasional yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Desain Grafis. (2021). Retrieved from <https://www.sman1tangen.sch.id/desain-grafis>
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan UMKM Depok Melalui Desain Logo. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 3(02), 199-218
- Noviyanti, S. S., & Fitriah, M. (2023). BRANDING POTENSI LOKAL DESA WISATA KABANDUNGAN MELALUI DESAIN VISUALISASI PADA MEDIA LUAR RUANG. *KARIMAH TAUHID*, 2(5), 1391-1402.
- Utomo, F. H., & Wati, D. K. (2023). Pelatihan Branding dan Digital Marketing pada Umkm di Desa Dibal. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT INDONESIA*, 2(2), 204-211.
- Darmawan, A., Moussadecq, A., Rohiman, R., & Kurniawan, H. (2022). PELATIHAN BRANDING PRODUK UMKM BAGI WARGA KELURAHAN MULYO JATI KOTA METRO. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 4(01), 25-31.
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347-356.
- Susanti, A., Handayani, L. S., Hildayati, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. R. (2023). BRANDING DAN LABELING SEBAGAI UPAYA STRATEGI PEMASARAN PRODUK EMPING SINGKONG UMKM DI DESA PETANANG. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7628-7635.